

Wat is de toekomst van de postzegel?

Vouwblad 11

Wat is de toekomst van de postzegel?

Julius Vermeulen

Decennia lang hebben ontwerpers, kunstenaars, fotografen en illustratoren een bijzondere bijdrage geleverd aan de vormgeving van de Nederlandse postzegel. Door de actualiteit van e-mail, sms en andere digitale media staat het schrijven (fysiek op papier) en dus het postzegelgebruik onder grote druk. Wat is de betekenis van de postzegel in deze tijd... kan de postzegel als (cultureel) medium een functie blijven vervullen? Vouwblad 11 probeert het antwoord te vinden.

Barry de Bruin

Dinsdagochtend Rotterdam. Op het terras van Westerpaviljoen zit een jongen die me vaag bekend voor komt. Baard, halflang haar, kalend en een bolle maar vaag bekende kop. De jongen is al aan het bier. Met rode, lodderige ogen groet hij me. Aarzelend groet ik hem terug. Waar ken ik hem toch van? Peinzend loop ik door. De jongen bestelt er nog één. Het is de spoedkoerier die vroeger bijna dagelijks over de vloer van onze ontwerpstudio kwam. Tegenwoordig doen we alles met WeTransfer.com. Nooit meer hebben we een spoedje voor de koerier. Dinsdagochtend en nu al blauw.

Ik weet op het moment niet eens wie onze postbode is. Wat is de laatste brief die ik verstuurde? Kan het me niet heugen. Heb ik eigenlijk nog wel postzegels in m'n bureaulade? Ik trek ze allemaal open. Honderden uitgedroogde pennen en stiften, een oude pijp die stinkt, ongelezen management boeken, bakken met bonnetjes en een kapotte zonnebril. Geen postzegel te bekennen. Ik had toch zo'n rol van die zelfklevende dingen liggen? Likken deed ik al lang niet meer. Ik vraag aan Kim (onze secretaresse) of ze weet waar de postzegels zijn. Ze heeft er nog drie liggen en daar doet ze al twee maanden mee. En de rekeningen dan? Die gaan per e-mail.

Via de goedgevulde blouse van Kim valt m'n oog op het prikbord. Er hangt een vergeelde kaart met daarop een besneeuwde, lachende, ijsbeer met een pakketje op een dienblad. De spoedkoerier wenst u een prettig 2002. Ik draai de kaart om. Er zit geen postzegel op. Ik ruik aan de kaart. Hij ruikt een beetje naar verschraald bier.

Zorg, liefde en aandacht zijn te allen tijde nodig. Of je die nu in een postzegel stopt of in iets anders. Mensen voor wie het product bedoeld is, moeten het eigenlijk liever willen koesteren dan verbruiken.



J.W. Kaiser
Koning Willem III
1852

Rineke Dijkstra
Typografie
Willem van Zoetendaal
50 jaar UNICEF
1996

Peter Bilak

Fifteen years ago, I would have written this text as a letter, and send it by post to you. Today, with the speed of communication ever increasing, I will just email you my contribution to *Vouwblad*, and send it via Mail.app on my Mac. This tells a lot about the changes, and it is no surprise that the post stamps need to react to the changes in communication methods. I was privileged to have designed one of the widely used business stamp, printed in 2004, and now 8 years later still in circulation (with some modifications). Personally I come across real stamps less and less often, me too I send less real letters, and if I need to send something we use the studio 'frankeermachine' with our studio logo. Nevertheless, I see this 2004 stamp every day. A few years ago I was giving a lecture abroad, presenting this project. After the lecture some fans created a digital version of the stamp as icon for the Mail.app for the Mac OS. So currently it is my most often used software and I click on the stamp icon daily. This is certainly not how I intended that the stamp will be used, an unexpected homage to Dutch post stamps.



Peter Bilak
Zakenzegel
2004



Dit is een langzaam veranderende, kunstmatige, fotografische afbeelding van een bijzondere bijdrage geleend aan de vormgeving van de Nederlandse postzegel. Het is een hommage aan de Nederlandse postzegel, die in de toekomst een functie zal vervullen.

Samira Ben Laloua

David is now online, Beth is now online, Anand is now online, Manuela is now online; New York, Dublin, Calcutta, Shanghai, London is calling, Javier is now online. De avatars schieten als verleidelijke icoontjes over het scherm. We should have a chat and coffee on skype today, how about 11 am NYC time, 05 pm your time. Skype is not a phone, lees ik achter een contact uit het digitale adressenboek, is skype dan een brief? Sinds ik een jaar in het buitenland woon kijk ik uit naar zijn evenwichtige handschrift, naar de enveloppe met daarin verborgen prachtige zwelgende verlangende woorden. De enveloppe met mijn naam en adres worden vergezeld door honderden minuscule stippen. NEDERLAND staat er onder het Beatrixportret van Peter Struycken; 'een puntenpatroon met een chaotisch raster die samen een ontspannen, wat geheimzinnige Mona Lisa-achtige koningin vormen'. Skype maakt iedere afstand overbrugbaar ieder gesprek mogelijk, ik vang de beelden, de woorden via het scherm vluchtig en snel, het volgende gesprek dient zich alweer aan, de realiteit roept. Ik ben offline en wacht op de geheime brief uit Nederland beschermd door de zwijgzame discrete stipjes zegel.



Peter Struycken
Koningen Beatrix
1981

Ron van Roon

Lang leve de geboortezegel!

Laatst vroeg ik aan mijn zoon (20) en dochter (17) het volgende: 'Wat verstuur je aan je geliefde als je het wilt uitmaken: een e-mail, een sms of een brief?'. 'Via een sms' was direct het antwoord. Een brief kwam niet eens meer aan de orde met deze gevoelige kwestie. En zo is het ook gesteld met alle andere nieuwe media. Efficiënter, zakelijker, goedkoper en doelgericht. Het gevoel staat op een tweede plaats.

Net zoals de krant of het fysieke boek, staat ook de postzegel als drager van 'communicatie' steeds meer onder druk en lijkt het persoonlijke te verdwijnen.

Daarom hoop ik vurig dat mijn geboortezegel het zal overleven.



Ron van Roon
Geboortezegel
1997

David Quay

My grandfather gave me his stamp album when I was nine years old. Like many small boys of my generation I was an avid stamp collector – but my grandfather's stamp album was something else – so big that if I stood on it I was nearly the height of a grown-up. This was a very serious collection, that appeared to contain the whole world in a microcosm. The album itself was made in 1890 at the height of the British Imperialism. Two-thirds of the pages were devoted to England and her Empire, with a map at the beginning showing the whole world covered in British pink 'where the sun never set'.

We all collected, swapped, bought, stole and begged stamps. The Stanley Gibbons guide to stamps was our bible. We were poor children, very rarely owning a stamp of any real value, but that was not the point – the collecting was! We were fascinated by the exotic names that fired our imagination: Gold Coast, Abyssinia, Persia, Cape Verde, French Polynesia, Togoland, Batavia. . . . We learnt our geography through those stamps. Someone had licked that stamp in a far-off land and by wing or sea it found its way to us. Stamps were an endlessly fascinating cultural snippet of the world.

It's function has now been largely superseded by new means of communication, the stamp no longer has its place of importance in the world. Hardly anybody writes a letter now. Only for my birthday or at Christmas, do I receive envelopes with real stamps on. Sadly the stamp's time is over, maybe? Perhaps the last stamp we will receive is a 'Rouwpostzegel' (bereavement stamp), informing us of its own demise.

Postscript

The stamp I have chosen to picture from my grandfather's stamp album is franked 28 IV 1944, a year before the end of Second World war and still under the Nazis occupation. It shows Dutch hero Admiral de Ruyter staring out authoritatively, but benignly – as if to tell all Dutchmen to brace themselves stoically for the coming year of terrible hardships of deprivation and starvation before the final liberation.



S.L. Hartz
1943/44

Annelys de Vet

Op het moment dat de postzegel wordt ingezet als grafische column – in tegenstelling tot de steeds dominantere commerciële boodschap – is de waarde ervan het hoogst. Het wordt dan een klein monument voor onbaatzuchtige boodschappen van collectieve waarde. Een visueel fijngedrukt gedicht, voorgedragen door de ontwerper en de opdrachtgever aan de blanco geadresseerde.



Khaled Jarrar
State of Palestine
2012

Joseph Plateau

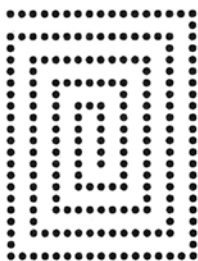
Joseph Plateau kreeg vroeger toen ie klein was brieven van een verre broer, een lieve vriendin, een goede vriend. Dat waren fraaie brieven in versierde enveloppen met zelfgemaakte postzegels (naast de echt geldende).

Ware kunststukjes die, voor altijd bewaard, nog ergens in een doos liggen en het eigenlijk verdienen om ingelijst te worden. (dat gaan we na het schrijven van dit stukje terstond doen!)

Inmiddels verandert onze papieren wereld langzaam aan in bits en bytes.

Daarin schuilt ook schoonheid, maar bovenal ruimte.

Er hoeft veel minder ingelijst en bewaard te worden of het raakt vanzelf wel kwijt.



Joseph Plateau
Ceci n'est pas un timbre
1994

Zeeën van ruimte dus.

Waarin het voor een persoonlijke postzegel misschien wel goed toeven is.

Zoiets bestaat al bij wat ooit ptt, tnt-post, tpg-post en nu postnl is.

Maar dat kan nog wel wat verder doorgevoerd.

Laat de bits en bytes maar heen en weer gaan of crashen;

Joseph Plateau maakt graag zijn eigen zegel.

Wél voorzien van een chipje zodat we kunnen zien waar ons

briefje zich op deze aardbol bevindt en hoe het ermee gaat,

misschien toont 't ons zelfs de gezichtsuitdrukking van de

ontvanger bij aankomst van de brief... ,

maar verder zonder restricties en vaste maten.

Dat bepalen we graag zelf.

Gewoon een leeg vlak dat naar eigen inzicht ingevuld kan worden.

En met een perforatie randje natuurlijk.

Zodat we onze blijde, droeve, liefdevolle, ware of zelfs leugen-

achtige boodschap nog kunnen bezegelen met een echte postzegel.

Zo eentje die de tand des tijds wel even doorstaat.

SMEL, Amsterdam, Carlo Elias/Edgar Smaling

Wat doorgaans als eerste opvalt wanneer je een brief of pakket krijgt is de rechterbovenhoek. Een of meerdere kleine kleurvlakjes steken af op een witte achtergrond, netjes 3 mm vanuit de hoek zo recht mogelijk geplakt. Nadat je kijkt wie de afzender is, dwingt de postzegel je nogmaals, maar nu beter, te kijken.

Je kijkt naar een zorgvuldig, met passie gemaakt miniatuur kunstwerkje dat verrast, intrigeert en emotie teweegbrengt.

Postzegels zijn onlosmakelijk verbonden met sturen en uitzenden.

Met de brief krijg je een visueel verhaal, en/of wordt kennis met je gedeeld.

Het ontwerpen van postzegels is een bijzonder proces. Het is traditie om de beste ontwerpers te selecteren die zich kunnen buigen over het kleine rechthoekje. Groot denken in klein formaat is de uitdaging. De meeste ontwerpers zien het ontwerpen van postzegels als een eer en bijzonder visitekaartje binnen hun portfolio. De Nederlandse postzegels zijn van hoog niveau en een gewild onderwerp voor vele verzamelaars.



SMEL
125 Carré
2012

Michaël Snitker

Nederlandse postzegels

Toen ik in 1986 ging studeren aan de Koninklijke Academie in Den Haag bleek tijdens de eerste schooldag dat ik per ongeluk was ingeschreven bij de verkeerde studierichting: Grafisch Ontwerpen. Ik ben toen snel naar de naastgelegen boekhandel gevluht om mij te oriënteren op het vak. Het eerste boek dat ik daar tegenkwam had de lange titel 'Nederlandse Postzegels 1983 – Emissiegegevens, achtergronden en vormgeving van de in 1983 verschenen Nederlandse postzegels, stempels en stempelvlaggen'. Een aantrekkelijk boekje dat was vormgegeven door Karel Martens met schetsen van o.a. De Stijl postzegels, Rode Kruispostzegels en de Lutherpostzegel. Wat mij vooral opviel was dat het boekje heel prettig aanvoelde door het gebruik van verschillende papiersoorten. Het omslag was geraffineerd in wit bedrukt op eenzijdig glad effen bruin natronkraft pakpapier (volgens het colofon: Gustav Wasa) dat ook om elk katern heen gevouwen zat. Voorop was groot het cijfer 18 geplaatst dat in herhaling doorliep over het gehele omslag. Daarnaast stonden er mooie afbeeldingen in van vier zomerzegels met het (zomerse!) thema 'de Nederlandse cultuur en geschiedenis uit de zeventiende eeuw' ontworpen door Walter Nikkels. Hierbij was een afbeelding opgenomen van een 'Trabantproef', dit is een proefdruk in diepdruk waarbij meerdere zegels tegelijkertijd in verschillende kleuren worden gedrukt, waardoor naast de gewenste combinaties, ook andere onbedoelde kleurcombinaties ontstaan. Deze proefdrukken zagen er veel mooier uit dan de uiteindelijke zegels, hierdoor was het boekje ook zo interessant; je kreeg inzage in de ontstaansgeschiedenis van het ontwerp. Dat enthousiasmeerde enorm om zelf aan de slag te gaan. Zonder dat ik bewust had gekozen voor de studierichting grafisch ontwerpen kwam ik door dit boekje wel in aanraking met ontwerpers die mijn ontwikkeling en liefde voor het vak hebben beïnvloed, en ontstond er tijdens deze eerste schooldag meteen een duidelijke ambitie: het ontwerpen van boeken en een postzegel. In de vier jaar dat ik aan de academie werd opgeleid bleven de door het Staatsbedrijf (der) PTT uitgegeven jaarboekjes over Nederlandse postzegels een belangrijke referentie. Postzegels zijn in mijn beleving direct verbonden met de charme van papier, drukwerk en de druktechnieken. Als je nu googelt op 'Trabantproef' wordt geen enkel resultaat gevonden, wat illustratief is voor het snel verdwijnen van een rijke grafische geschiedenis en traditie.



R.J. Draijer
Zomerpostzegels, Magere Brug
1968

Michaël Snitker
Europapostzegel
2012

De postzegelgeschiedenis zal in de toekomst wel van belang blijven omdat ontwerpers steeds meer lijken te refereren aan deze rijke traditie. Doordat de digitale media zich voornamelijk op het visuele aspect richten lijkt er hernieuwde interesse in traditionele druktechnieken te ontstaan. Een velletje postfrisse zegels heeft voor mij een enorme tactiele aantrekkingskracht die alle zintuigen aanspreekt, niet alleen het oog. In de huidige digitale wereld zal de eervolle opdracht om een postzegel te ontwerpen bij een nieuwe generatie ontwerpers wellicht verdwijnen. Al wordt het eind van het postzegelontwerp al aangekondigd in het boekje uit 1986, maar daar is de frankeremachine de boosdoener. Ik heb de ambitie van mijn eerst schooldag – op de valreep – kunnen verwezenlijken; bij de recent ontworpen Europapostzegels heb ik een verbinding kunnen maken met de rijke posthistorie door een spiegelontwerp te maken van de Magere Brugpostzegel uit 1968 ontworpen door R.J. Draijer.

Karen Polder

Als kind was ik gefascineerd door de vlindercollectie van het natuurhistorische museum in Enschede. Honderden kleurrijke, gevleugelde insecten met een speld door hun lijf. Keurig gerangschikt. Nog altijd ben ik gevoelig voor de hallucinerende rijkdom binnen het keurslijf van een verzameling. Zoals het die dode vlinders verging, zo vergaat het de postzegel. Prachtige specimen in een album. De toekomst van de postzegel ligt in het verleden. Zo blijft zij eeuwig van betekenis.



Irma Boom
Natuur en Milieu
1993

Vanessa van Dam

Door de komst van e-mail wordt er tegenwoordig steeds minder per post verstuurd en wordt er dus minder gebruik gemaakt van postzegels. Toch of juist daarom is het van belang dat de postzegel door goeie grafisch ontwerpers ontworpen blijft worden. Al is het alleen al om een bijzondere traditie, waarbij (Nederlandse) ontwerpers gevraagd worden een zegel te ontwerpen, in stand te houden. We kunnen al niet meer genieten van de prachtige ontwerpen van de Nederlandse bankbiljetten. Niet dat ik tegen de euro ben, maar daar had een betere ontwerper op gezet moeten worden. Ik denk niet dat er een kleiner papieren oppervlak is die een ontwerper tot zijn beschikking heeft dan de postzegel. En dan ook nog een waar relatief veel technische restricties aan zitten (het blijft immers een betaalmiddel). Maar des te interessanter en eervoller om te mogen doen! Juist doordat er minder postzegels in omloop zijn moet de kwaliteit van het ontwerp op hoog niveau blijven. De kwaliteit van de zegels draagt voor een belangrijk deel bij aan de identiteit van PostNL.

Als postzegel kies ik de cijferzegels van Wim Crouwel. Misschien geen originele keuze, maar deze zijn voor mij zo iconisch, zo helder, met zo'n prachtig lettertype in combinatie met het kleurverloop. Bovendien hebben ze op mij als kind (ik was 5 toen ze verschenen) een enorme indruk gemaakt. Het was ook een geweldige reeks om te sparen en ze compleet te hebben in je postzegelverzameling.



Wim Crouwel
Cijferzegels
1976

André Toet

Iedere postzegel vertelt een fantastisch verhaal op een ruimte van 816 mm², het publiek maakt hierdoor kennis met het kleinste boek ter wereld. Onderwerpen als architectuur, nieuwe haring, design, speeltuinen, literatuur, vogels, muziek, fotografie, Keukenhof en nog veel meer worden in deze mini-tentoonstelling gevisualiseerd. Ik denk dat met nog meer inhoudelijke en aansprekende thema's dit miniscule en kleinste stuk cultuur behouden kan worden voor de wereld!



André Toet
100 jaar Dambond
Jubileumpostzegel
2011

René Put

Gedeeld genoeg

We zien zes keurige mannen rondom een tafel met geconcentreerde blikken naar postzegels kijken. Ze zijn bijeengekomen in wat kan zijn een clubhuis of, zoals het koffiekopje en de lambrisering in de achtergrond doet vermoeden, het plaatselijk café. Het is een mooie avond, waarbij alle aandacht uitgaat naar de verzameling postzegels, de nieuwe aanwinsten en zoals altijd bij deze druktechnische kleinwonderen, naar de details in ontwerp en drukwerk die het verschil maken. Een gedeeld genoeg, waarbij het belang en de betekenis van de postzegel onderzocht en besproken wordt.

Het is deze postzegel, ontworpen door Gertjan Leuvelink in 1984, die me als eerste te binnen schoot bij de vraag naar de betekenis van de postzegel in onze huidige tijd, waarbij de digitalisering van tekst en beeld steeds meer toeneemt. Niet zozeer om het ontwerp alleen, maar veel meer omdat de zegel een situatie toont die we ook nu dagelijks veelvuldig zien. Een situatie waarin mensen rondom het scherm van een mobiel of tablet, intensief en geconcentreerd met elkaar naar beelden kijken, daar op inzoomen en deze voorzien van tekst en toelichting aan elkaar versturen; een gedeeld genoeg alleen nu digitaal.

Kan de postzegel binnen deze digitale media een plek en functie krijgen en moet men daarbij op zoek gaan naar een nieuwe vorm van bestaansrecht voor een nieuwe generatie gebruikers en verzamelaars? Of moet deze postzegel zich juist, nu er veel hernieuwde aandacht is voor analoge druktechnieken in relatie met nieuwe media, richten op een andere vorm van bestaansrecht? In beide gevallen is het naar mijn idee van belang om er zorg voor te dragen dat we de 'postzegel nieuwe stijl', als kleinste cultuurdrager van maatschappelijk bijzonder mooi vormgegeven boodschappen kunnen en willen 'meesturen' aan de enorme hoeveelheid berichten die we dagelijks verspreiden. . . . Een gedeeld genoeg.



Gert Jan Leuvelink
Filacento
1984

Robin Uleman

De postzegel als bedreigde diersoort

De opdracht om een postzegel te ontwerpen vertegenwoordigt voor mij nog steeds de essentie van het grafisch ontwerpvak: de aandacht die kan worden geschonken aan het ontwerp dwingt, als het een beetje meezit, aandacht af bij het publiek. Veel grafisch ontwerp wordt mensen ongevraagd in de schoot geworpen. Als je mensen lastig valt dan moet je dus met iets moois en iets goeds komen.

Het ontwerp van een postzegel is nog steeds de meest gecondenseerde vorm van ontwerpen voor het platte vlak. Vroeger het koningsnummer van de grafisch ontwerper waarin hij kon laten zien waartoe hij in staat was: op www.iconenvandepost kun je de 'state of the art' van Nederland als grafisch gidsland in de tweede helft van de twintigste eeuw terugzien. Het voormalig staatsbedrijf opereerde in het publieke domein en zag het als haar verantwoordelijkheid om bepaalde kwesties te agenderen. Ging je in september 1985 naar het postkantoor dan kon je ongevraagd een zegel van Anthon Beeke opgeplakt krijgen waarop aandacht werd gevraagd voor de bedreigde bruinvis en zeehond. In 2012 zou je wellicht een zegel kunnen laten ontwerpen voor de bedreigde postzegel. Ik ben benieuwd hoe die eruit zou zien.

Gelukkig worden er nog steeds bijzondere postzegels gemaakt, maar wie ze kopen wil moet zijn best doen. Ze zijn verbannen naar de Bruna, waar ze als verboden vruchten onder een glasplaat liggen te wachten. Als je wilt dan kun je een velletje kopen, maar je moet er gericht naar vragen, anders krijg je de standaard cijferzegels.

De ironie wil dat het makkelijker is om bijzondere emissies te bestellen via internet. Binnen een paar dagen wordt het pakketje, voorzien van een frankeerstempel, bij je thuis bezorgd. In de regel zullen deze zegels wel de binnenkant van een envelop zien, maar sieren zij zelden nog de buitenkant, zorgvuldig als ze worden opgeborgen in de albums van filatelisten. Daarmee lijkt hun gebruikswaarde grotendeels vervlogen, wat overblijft is hun gevoelswaarde. Postzegels zijn als de epauletten op een hedendaagse trenchcoat: niet smoezelig en gelubberd, maar strak en ongenaakbaar, want een baret wordt er nooit meer onder gestoken.

De vraag is dus of het erg is dat de postzegel lijkt voort te leven als referentie. De evolutie van gebruiksartikel met een boodschap



Anthon Beeke
Bedreigde dieren
1985

naar verzamelaarsartikel met bijzondere kenmerken heeft zich geruisloos voltrokken, maar daarmee lijkt de opdracht ook andere eisen te stellen aan de ontwerper. Steeds vaker worden er tien zegels op een vel uitgebracht; dat schept verplichtingen. Het vel als totaal moet net zo interessant zijn als iedere zegel afzonderlijk. Het mooist is het als het ontwerp meer is dan de som der delen. De onderlinge relaties tussen de zegels gaan daarmee tellen en de nadruk komt nog meer te liggen op redactie en verhaal. Alles bij elkaar is het dus nog steeds een fantastische opdracht waarbij je de aandacht en energie die je erin stopt ook terugziet in het eindresultaat. En daarbij weet je je verzekerd van een aandachtig publiek: de filatelist bekijkt alles met een vergrootglas.

Maar het laat onverlet dat het gat tussen de onveranderlijke cijferzegels en de bijzondere emissies erg groot blijft. PostNL zou bijvoorbeeld de cijferzegels elk jaar door een andere ontwerper kunnen laten maken, waardoor er weer wat plezier in het publieke domein terugkeert.

En als PostNL echt de uitdaging aan zou willen gaan en het Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen in praktijk zou willen brengen, dan zou het bedrijf relevante onderwerpen kunnen koppelen aan commerciële doelen. Wanneer de bijen met uitsterven worden bedreigd zou het helpen als mensen bepaalde plantjes in hun tuin neerzetten waar die bijen op af komen. bij zo'n onderwerp zou je een serie postzegels met tien soorten planten kunnen voorstellen. Zowel de zegels als de plantjes zijn volgend voorjaar bij Intratuin te koop. Het is misschien wat Amerikaans, maar bij een met uitsterven bedreigd gebruiksartikel in een krimpend publiek domein moet je anders durven denken.

Sonja Haller/Pascal Brun

De functie van de postzegel is zeker veranderd in deze tijd maar hij begeleidt de mens nog steeds door het hele leven. Hij blijft aanwezig op de belangrijke momenten – bij de geboorte, als er iemand te vieren of te betreuren is. Hij wordt specifiek en met zorg gekozen en gebruikt en krijgt daardoor meer aandacht dan ooit. Daarom is het belangrijk dat de postzegels inhoudelijk maatschappelijk betrokken blijven en dat ook de kwaliteit van het ontwerp hoog blijft.



Gielijn Escher
Voor De Liefde
2005

Erik Kessels/ KesselsKramer

In Nederland is het waardepapiertje waarmee je de post verzegelt vooruitstrevend. Het is altijd een monumentale expressie op een paar vierkante centimeter geweest. Het tactiele van het object zelf speelt daar natuurlijk ook een grote rol in. Het is niet zomaar dat er in Nederland nog altijd een paar honderdduizend verzamelaars van postzegels zijn.

De ontwikkelingen van de laatste jaren zijn echter niet meer terug te draaien. Het heeft geen zin om krampachtig vast te houden aan de postzegel als mini-object. In plaats daarvan is het beter om de kennis op het gebied van design en innovatie te gebruiken om vooruit te denken en vooruitstrevend te zijn. Zodat de 'zegel' van de toekomst opnieuw verrast of een nieuwe weg inslaat. Gelukkig staat één ding vast: de communicatie tussen mensen, in welke vorm dan ook, zal altijd blijven bestaan. En dit biedt altijd weer ruimte voor vernieuwing.

En dan rest ons ook nog de hoop dat de postzegel als object ooit weer eens heel erg hip gaat worden, zoals momenteel bijna elke muzikant zijn nieuwe album ook op vinyl uitbrengt.



Stone Twins

Let's face it, the humble postage stamp is going the same way as VHS, floppy disks and the Dodo. In a digitised world, stamps are circling the drain of obsolescence. Whilst commemorative stamps may be significant expressions of national and cultural identity, they will only endure as long as people post letters. To survive, stamps need to be repurposed as something more than mere evidence of payment of postage. Perhaps, they could be repositioned as a quality version of 'Panini' collectables? or feature more contemporary or popular themes that would appeal to an audience beyond the grey world of Philately?

The stamp series that we've chosen is entitled 'Natuur en Milieu', by Irma Boom from 1993. Being Irish, we first discovered these stamps on a visit to Holland whilst InterRailing. The vivid depictions of butterflies, the tight crop combined with flat colour and simple, yet elegant, typography was a joy to behold. Metaphorically, they were a signal of our backpacking freedom and a wondrous introduction to the world of Dutch Design.



Irma Boom
Natuur en Milieu
1993

Daniel Maarleveld

Nederland is altijd vooruitstrevend geweest in het aanmoedigen van diversiteit van de postzegelontwerpen. Ik vind het mooi om te zien hoeveel er binnen de kleine afmetingen van een postzegel mogelijk is. Een breed publiek wordt blootgesteld aan deze diversiteit en mogelijkheden van ontwerpen. Hierdoor wordt het begrip van wat er binnen vormgeving mogelijk is opgerekt. Op die manier wordt de experimentele vormgeving hopelijk eerder omarmd door een groter publiek.

Een postzegel geeft, in combinatie met het handschrift, karakter mee aan een brief. Voor mij geeft het waarde aan een simpele envelop. Met de overgang van analoog naar digitaal ontstaat er juist meer vraag naar het fysieke en persoonlijke. Dit geeft een brief wellicht een minder functioneel, maar juist een exclusief karakter. Zo verschuift de functie van de brief, maar wordt er ook meer aandacht aan besteed. Het wordt daardoor extra bijzonder om een brief te ontvangen.



Daniel Maarleveld
100 jaar Microbiologie
2010

Hans Wolbers/Lava.

Een postzegel ontwerpen is een finale spelen op ongeveer 8 cm².

De postzegel kan bijna met pensioen, het is niet anders.

Elke periode in de geschiedenis van de mensheid heeft z'n culturele visuele uitingen gehad. Steeds op voor die tijd geschikte media. Van rotswanden tot beeldschermen, van perkamenten rollen tot billboards.

In de afgelopen paar eeuwen was één zo'n medium de postzegel. Een prachtig medium, een betaalbewijsje voor transport van een bericht. Nu dat doel lijkt te verdwijnen zal ook de postzegel verdwijnen. En daarmee een drager van talloze bijzondere artistieke uitingen. Maar geen nood: die culturele visuele uitingen zullen altijd blijven zolang mensen ogen hebben. Alleen de drager waarop dat gebeurt zal steeds veranderen. Fijn dat er musea zijn om nog 'ns on – en offline terug te kunnen kijken.

Mijn favoriete zegel

Een postzegel ontwerpen was voor veel ontwerpers wellicht de moeilijkste opdracht. Het formaat dwingt tot beheersing, je moet durven te kiezen, de ontwerper moet totaal 'in control' zijn. Het is een finale spelen op ongeveer 8 cm². Deze zegels van Anthon Beeke laten dat goed zien. Beheersing van het hele speelveld, helder, maar niet saai. Van afstand wordt er visueel gescoord, in de herhaling zien we de schoonheid van de details; de typografische damp, de achtergrond en de slimme variatie van de beide zegels.



Anthon Beeke
250 jaar Douwe Egberts
2003

De Designpolitie

Om antwoord te geven op je vraag; wij gaan natuurlijk voor onze eigen Groene Zegels. Wat mij daar altijd erg in heeft aangesproken, is dat de zegels als campagnebeeld werken, zonder persé iets te willen verkopen. Het is een oprechte boodschap van TNT geweest; hoe kunnen we iets groener leven. De 10 zegels die we ontworpen hebben, hadden ook een ander karakter dan de doorsnee zegel. Door de primaire kleuren en iconische vormgeving werden het ook meer campagnebeelden dan waardepapertjes.



De Designpolitie,
Tien voor Nederland
2008

Harmen Liemburg

In een wereld waarin iedereen volcontinue aan een beeldscherm geplakt ligt, zit of staat, en elkaar de godganse dag suf twittert, pingt, liket of disliket, lijkt fysieke post (in mijn kringen ook vaak snailmail genoemd) een anachronisme. Zelfs speciale gebeurtenissen als verjaardagen, geboortes en jubilea worden tegenwoordig meestal via e-mail aangekondigd en beantwoord. Hoe verzorgd en goedbedoeld deze boodschappen ook mogen zijn, één klik, en het is uit je blikveld, en daarmee dus 'weg' uit het leven van de ontvanger. Hoe handig, efficient, en goedkoop ook, ik vind het getuigen van armoede. Want wat is er nou leuker, fijner, mooier dan het ontvangen van een tastbaar bericht waar de hand van de maker lekkerlijk in terug is te zien, waaraan aandacht is besteed en waarnaar je – in combinatie met soortgelijke 'stukken' – langer kunt kijken? Een postzegel past in dit plaatje. Het maken van een goede postzegel is een proeve van bekwaamheid voor de ontwerper, die vraagt om zelfbeperking, visie en vakmanschap. Mij persoonlijk kunnen ze niet exotisch, fantasierijk of bizar genoeg zijn!

Joost Overbeek

'Zakenpostzegel' van Haico Beukers

Haico was een van m'n docenten op de academie in Arnhem. Toen ik midden jaren 90 in Amsterdam kwam wonen, kreeg ik weer wat contact met 'm. Op een gegeven moment nodigde hij me uit op zijn studio aan de Stadhouderskade. We kletsten bij en hij liet me zien waar ie mee bezig was; de zakenpostzegel. Ik verwachtte dat hij me op z'n beeldscherm een Quarkbestand (ja ja, lang geleden) zou laten zien. Maar nee, het origineel was geschilderd! A4 of A3 of zo, in m'n herinnering. Dat zou dan met een reprocamera worden verkleind, zodat het haarscherp werd, zonder oneffenheden. Het maakte veel indruk. Sowieso al het feit dat hij een postzegel mocht ontwerpen, dat was toen nog dé opdracht voor een grafo en het zou nog zeker tien jaar duren voor ik zelf een serie mocht maken. Ondanks het ontwerp, ik ben niet zo van strak enzo, is het nog steeds een van m'n lievelingszegels. Geschilderd. De zakenpostzegel. Wauw, kom er nog maar eens om!



Jan Boterman
Geleghenheidszegel
1973



Haico Beukers
Zakenpostzegels
1997

Melle Hammer

De blanco envelop met emoticon, door die keuze balanceert het ontwerp op de rand van de klassieke en digitale wereld.

Vier jaar eerder (2004) koos ik vanwege het ontwerp van twee zegels met als thema 'oude schilderkunst' voor fragmenten uit 'de brief' van Vermeer en die van Metsu. In 2008 mocht ik een zegel ontwerpen die 'de brief' zelf als thema had.

Ik bedacht dat de kortste brief een zogenaamd emoticon is. Het leek me een goed idee om op het kantelpunt van getikte of geschreven brieven en propjes door de klas en aan de andere kant de sms- en e-mailcultuur, een reeks leestekens toe te passen op een postzegel met als thema 'de brief'.

Graag had ik een serie gemaakt waar een andere emotie uit de envelop geschud lijkt te worden.

Omdat de kleur van een envelop onmiddellijk iets over de aard van het bericht doet vermoeden werd het een witte op een witte achtergrond.

In mijn schetsboek ontstond een serie met verschillende kleuren enveloppen. Want oh oh, grijsblauw is belasting, rood mmm een trouwkaart? zwart doet dood, grijsgroen komt van de bank en roze of blauw: jeweeetwel.

Nee, er kan nóg meer: een serie met op verschillend gekleurde enveloppen dezelfde reeks emoticons uit een ander letterfont gezet... want ook de keuze voor bijvoorbeeld Linoscript of Helvetica maakt uit.

Hoe simpel het bericht ook mag zijn, uit de ene letter gezet wordt het een prinsessebericht de andere komt van een cowboy... uit een roze of blauwe envelop?

De verzameling zou tientallen emoti-tii-tiii-cons aanbieden; honderd kant en klare ultrakorte berichten.

Elk met een eigen en zeer specifiek karakter. Als aanvulling op de brief, als bijschrift, commentaar of opmaat voor de inhoud. Nu ik dit schrijf herinner ik mij een kaart die ik ooit aan een vriend stuurde: het was een collage die bestond uit een 'lucht' van op een rijtje naast elkaar geplakte cijferzegels van 45ct boven een 'ijsvlakte' van ondersteboven geplakte 5ct zegels. (1976, Wim Crouwel). Midden in dit landschap de zegel die Auke de Vries in 1982 vanwege 100 jaar KNSB maakte.



Melle Hammer
Europazegel, De brief
2008

Ik herinner het me niet meer precies maar het moet er ongeveer zó hebben uitgezien:



...het geheel bedoelde mijn voorstel te illustreren komende zaterdag te gaan schaatsen op het Alkmaarder meer. Ik hoopte op veel ronde stempels zodat er een winters zonnetje in de afbeelding zou komen te schijnen. We vonden het vast 'mooi' of 'leuk' toentertijd, maar het belangrijkste was dat het werkte.

Ja, als er dan nog een toekomst is voor de postzegel dan zouden we die kunnen zoeken in de pret van het plakken, in het bericht dat aan de werkelijke brief vooruit gaat.

Amice,

Produceer veel verschillende zegels van lage waarde, zodat ik er hoe dan ook meer dan één moet gebruiken om aan mijn verplichtingen te voldoen.

Een rebus die – laat het thema maar weg in het ontwerp – is samengesteld uit de kleur, het letterfont, en misschien zelfs de textuur, vorm of dikte (geur? smaak?) van de zegels.

Wim Crouwel
Cijferzegels
1976

Auke de Vries
110 jaar Schaatsenrijdersbond
1982

Jeroen van Erp

Nieuwe mini-kicks!

Er was een tijd dat een postzegel alleen relevant was als functioneel waardepapier. Met als gevolg dat ze letterlijk steeds vaker 'in beeld' kwamen en de gedachte om er iets leuks mee te doen voor de hand lag. Een beetje kort door de bocht, maar zo ongeveer is het ontwerpen van postzegels begonnen.



Erik Kessels, Pieter Leendertse,
Anton Corbijn
Filmpostzegel
2010

Met het stellen van de vraag wat dan precies de betekenis is van het postzegelontwerpen is de kans groot dat de ontwerper – excusez, c'est moi – zich in zijn eigen staart bijt. Ja, er zijn een heleboel filatelisten dol op de plaatjes, illustraties of ingenieuze ontwerpen. In de meeste gevallen staat hierbij echter het esthetisch genot voorop en niet de inhoud. Want wie heeft onthouden wanneer de KNSB 100 jaar bestond of wat de 1600ste sterfdag van bisschop Sint Servaes was? Niet belangrijk denk ik want het antwoord op de eerder gestelde vraag over de betekenis van het postzegelontwerpen ligt wat genuanceerder. De neiging is groot om de betekenis te relateren aan de ontwerpinspanning waarbij vorm en inhoud als het goed is elkaar versterken. Dat is belangrijk, maar ik ben bang dat de communicatieve waarde ervan nog overtroffen wordt door iets anders.

Ik geloof dat een postzegel de slagroom op de taart is die we eenvoudigweg aandacht of zorg noemen. Dat zit zo: communiceren was ooit een hele toer. Privé schreef je brieven of kaarten, zakelijke correspondentie werd getypt. Allebei, vanuit het huidige perspectief, hele arbeidsintensieve handelingen. Op zoek gaan in een la naar een mooie zegel voelde als de laatste meters naar de finish, als zelf de kers op de eigen gemaakte taart zetten. Alsof de zegel tegen de ontvanger wil zeggen: de afzender heeft z'n best gedaan voor je! Voor de ontvanger een direct zichtbaar en voelbaar gebaar. Ook mooi dat het met regelmaat een andere zegel is die onwillekeurig bij de eerste aanbliktoch bestudeerd wordt. Even verdiep je je in de wereld van de water vogels of vraag je je af wie in hemelsnaam J.J. Oud was – een belangrijk man waarschijnlijk, anders kom je niet op een postzegel terecht.

Mini-kicks noem ik ze, de momenten dat je even blij, verbaasd of heel kort in een andere wereld bent. Het voelt helemaal goed als er een goed doel aan verbonden is, zoals bij de kinderpostzegels. En zijn het dan die verlichte ontwerpers die dit veroorzaakt hebben? Zeker, ze dragen bij maar het is in feite het hele systeem dat hiervoor zorgt. Het postbedrijf, de curator (vroeger Kunst en Vormgeving), de ontwerpers, de drukkers en niet te vergeten de

filatelisten en de klanten. Ze vormen samen een systeem dat deze mini-kicks teweeg brengt. Helaas staat dit feestje onder druk. Slechts de functionele kant van het systeem lijkt er toe te doen.

Ik doe een bekentenis waar ik waarschijnlijk geen vrienden mee ga maken: de stampij omdat de postzegel aan het verdwijnen is maakt me eigenlijk razend. Het is zinloos en leidt de aandacht af van de naakte waarheid dat we in Nederland machtig mooie werkjes hebben afgeleverd. Werkjes waar de liefde vanaf spat en die tot in de lengte der dagen de moeite waard zullen zijn om te zien en te voelen. Laten we liever elke dag vieren wat we hebben gemaakt en nog zullen maken, in plaats van te mokken dat alles vroeger beter was.

Wat wil je dan? In hetzelfde vakje terecht komen als ooit de paardenliefhebbers – die auto's maar lelijk en lawaaiig vonden of de accountants die liever de belastingaangifte nog op papier willen doen omdat online zogenaamd niet veilig is? Oh ja, kom alsjeblieft niet aanzetten met argumenten over de 'culturele waarde' van postzegels. Wat mij betreft moet iedereen die daarover begint te oren verplicht een avond naar de Toppers in de Arena. Zonder earplugs. Dat is namelijk óók cultuur.

Nee, laten we ons liever focussen op hoe wij als ontwerpers iets nieuws kunnen bedenken dat weer het gevoel van aandacht en zorg overbrengt. Dat zender en ontvangen voor een moment dicht bij elkaar brengt. Liever focussen op het doel dan verliefd te blijven op de manifestatie die postzegel heet. Mag dat, PostNL? Mogen we voor jullie aandacht en zorg gaan bedenken? Die voelbaar is voor alle klanten? Gewoon, iets nieuws? Iets supertofs met veel nieuwe mini-kicks? Omdat de klanten het verdienen? Dan bedenken we het hele systeem, goed?

Een favoriet noemen? Velen om heel eerlijk te zijn. Maar als ik er dan toch één moet kiezen, dan de 1 seconde film van Kessels Kramer en Anton Corbijn featuring Carice van Houten. Op papier is deze samenwerking namelijk gedoemd om te mislukken, zoals de meeste supergroepen er in de regel ook nooit wat van bakken en net als dat Messi en Ronaldo samen in één team waarschijnlijk geen pepernoot raken. Dit is echter een geval van $1+1+1=10$. Nee, geen typografisch hoogstandje of een mindblowing beeld maar wel een briljant concept: een speelfilm in 1 seconde. Een paradigmaverschuiving in postzegelland die volstrekt vanzelfsprekend voelt. 'Most advanced, yet acceptable' zou Raymond Loewy hebben gezegd. Ik heb er 25 gekocht die ik langzaam weggeef op verjaardagen.

.....

Experimental Jetset

Aantekeningen uit het ondergrondse

In Thomas Pynchon's korte roman 'The Crying of Lot 49' (de titel valt grofweg te vertalen als 'Het afroepen van kavel 49') raakt de protagoniste in de ban van een ondergrondse postbezorgdienst. Dit eeuwenoude geheime genootschap, genaamd 'Tristero' (en soms 'Trystero'), functioneert als een soort verzetsbeweging tegen de officiële postbezorgdienst (die de naam 'Thurn und Taxis' draagt). Tristero bestaat uit een verborgen infrastructuur van postbezorgers en brievenbussen, en het logo van de organisatie bestaat uit een afbeelding van een gedempte posthoorn (als tegenreactie op de officiële bezorgdienst, die de gangbare posthoorn als logo gebruikt).

Bovenstaand verhaal speelt zich af in de Verenigde Staten, in het midden van de jaren '60. In onze optiek bestaat een soortgelijk geheim genootschap ook in onze huidige tijd, in Nederland. Anders dan in de roman, opereert deze schaduworganisatie niet NAAST de officiële bezorgdienst, maar bevindt zij zich BINNEN de officiële bezorgdienst. Immers, binnen de wereld van de bestaande postbezorging, een wereld die tot op het bot geprivatiseerd is, en waar nu voornamelijk de regels van de vrije markt gelden, houdt zich nog een steeds een netwerk schuil van mensen die geloven in de postzegel. Een ondergrondse infrastructuur van opdrachtgevers, ontwerpers en verzamelaars die, ondanks alles, overtuigd zijn van de notie van de postzegel als een esthetisch medium, als een symbool van communicatie, en als een uitdrukking van verbondenheid.

De clue van Thomas Pynchon's novelle is dat nooit duidelijk wordt of de ondergrondse organisatie werkelijk bestaat, of slechts een hersenspinsel is van de hoofdfiguur. Zo dragen de brievenbussen van Tristero de aanduiding 'WASTE', een afkorting die zou staan voor 'We Await Silently Tristero's Empire' – we wachten stilletjes op de terugkomst van Tristero. Echter, binnen de context van het verhaal zouden deze brievenbussen ook afvalbakken ('waste bins') kunnen zijn. De lezer moet uiteindelijk zelf een keuze maken: is Tristero, in het verhaal, een werkelijk bestaande organisatie, of slechts een waanbeeld in het hoofd van de heldin?

Wij staan nu eigenlijk voor een soortgelijke keuze. Is de postzegel nog steeds relevant? Of verdwijnt zij in de afvalbakken van de geschiedenis?



Slothouber en Graatsma
Kinderzegels
1970

Wijzelf kiezen duidelijk voor het eerste. Misschien tegen beter weten in, blijven wij geloven in de idee van de postzegel als een belangrijke grafische uiting, als een interessant esthetisch medium, en als een symbool van verbondenheid (tussen verzender en ontvanger, tussen schrijver en lezer, en oorspronkelijk ook tussen overheid en burger). En dus wachten wij rustig op het tijdperk van Tristero.

Herman van Bostelen

Ongeveer twee jaar geleden bestelde ik een tweedehands exemplaar van 'Het leven een gebruiksaanwijzing' van George Perec. Het postpakket dat ik enkele dagen later kreeg thuisbezorgd, was volgeplakt met postzegels uit de jaren tachtig en negentig. Dat is, voor zover ik weet, gebruikelijk voor een bestelling die bij een verzendantiquariaat wordt gedaan. In het boek, een gebonden exemplaar dat niet meer in de handel is, waren aantekeningen gemaakt en het schutblad was voorzien van een opdracht aan de persoon aan wie het ooit cadeau was gedaan. Ik deed een aankoop via het internet en ontving een bericht uit het verleden.

Vrijwel alle vooruitgang gaat over het wegnemen van beperkingen en omdat beperkingen tot organisatie dwingen, onbedoeld over het wegnemen van informatie en structuur. Een stad waarin iedereen zijn aankopen doet op het internet en waarin alle communicatie plaatsvindt via e-mail, heeft geen hiërarchie nodig, geen centrum waar zich de winkels en het postkantoor bevinden. Het wegnemen van beperkingen leidt daarom niet alleen tot vooruitgang, maar ook tot gelijkvormigheid.

Zolang de digitale media hier geen antwoord op hebben, zullen de traditionele media blijven bestaan. De rol die ze spelen zal verder veranderen. Meer en meer zal het nodig zijn om te benadrukken dat met de digitale media een onderscheid wordt gemaakt en dat er wordt gekozen voor een vorm die op de tekortkomingen van deze media anticipeert. Daar ligt de toekomst voor de papieren tijd en daarmee ook voor de postzegel.



Will Holder
World Press Photo
2005

Gert Holstege

Nadat in 1924 in Nederland de rotogravuredruk voor de vervaardiging van postzegels was ingevoerd, werd het mogelijk om meer precieze afbeeldingen op postzegels weer te geven. Om die reden besloot de Algemeen-Secretaris van PTT, mr. J.F. van Royen, om fotografische technieken toe te passen bij het ontwerpen van postzegels. In 1930 vroeg hij daarom aan Piet Zwart, die bekend stond om zijn gebruik van fotografie bij de vervaardiging van affiches en ander drukwerk, de op dat moment noodzakelijke Koninginnepostzegels van 70 en 80 cent te vervaardigen. Hierbij werd voor het eerst een recente foto van Koningin Wilhelmina gebruikt met op de achtergrond de Nederlandse industrie. Ook vroeg Van Royen aan Zwart om met gebruikmaking van fotografie een emissie ten bate van de Goudse Glazen te ontwerpen.

Van Royen was in die tijd zodanig gedreven fotografie toe te passen bij het ontwerpen van postzegels, dat hij die techniek ook voor de Kinderzegels 1931 aangewend wenste te zien. Daarom vroeg hij Gerrit Kiljan, geestverwant en vriend van Piet Zwart, om tehuizen waarin 'misdeelde' kinderen werden opgevangen, fotografisch vast te leggen en op de Kinderzegels weer te geven. Kiljan vatte de opdracht echter anders op. Hij fotografeerde niet de tehuizen, maar de kinderen zelf. De afbeelding onder toont het oorspronkelijke ontwerp met een foto van een zwak en verwaarloosd meisje, door helpende handen gesteund. In de niet gebruikte foto's die binnenkort in het Handboek Postwaarden zullen worden gepubliceerd, komt nog veel duidelijker naar voren wat het resultaat is van verwaarlozing van kinderen. Normaliter zou een totaal andere uitvoering van de opdracht, zoals in dit geval door Gerrit Kiljan, direct worden afgewezen, maar Van Royen steunde Kiljan, ondanks felle protesten van de Centrale Propaganda Commissie voor de Weldadigheidspostzegels. De bovenste afbeelding toont de uiteindelijke postzegel, uitgevoerd in rotogravure door Joh. Enschedé en Zonen in Haarlem. Het is zeer de vraag of op dit moment in het decadente Nederland dergelijke zegels nu nog uitgegeven zouden mogen worden.

Literatuur: G. Holstege, J. Vellekoop en R. van den Heuvel: Weldadigheidszegels 'Voor het Kind' 1931 in het Handboek Postwaarden Nederland emissie C14.



G. Kiljan
Kinderzegels
1931



Karel Martens

De verborgen waarde van de postzegel

Oorspronkelijk is de postzegel bedacht als een bewijs van betaling van de kosten voor het vervoer van een te verzenden document. In de praktijk echter vertegenwoordigt hij ook een andere waarde die zeker zo belangrijk is. In cultuurhistorisch opzicht belichaamt de postzegel de tijd waarin hij is ontstaan. Hij plaatst het document waarop hij voorkomt onmiddellijk in die tijd. Daarmee is de postzegel niet alleen maar een kwitantie, maar ook een representant van een bepaalde cultuur. Er worden zelfs in zijn meest elementaire uitdrukingsvorm opvattingen in weerspiegeld over hoe er in een bepaalde tijd over bepaalde zaken wordt gedacht en hoe ermee wordt omgegaan. Nederland is hiermee op een bijzondere manier zichtbaar geworden en neemt daarmee internationaal een eminente plaats in. De Nederlandse postzegelontwerpers hebben in hun diversiteit voor een belangrijk deel bijgedragen aan het imago van Nederland en het Nederlandse ontwerp in algemene zin bekendheid gegeven.

In onze wereld van digitale communicatie en digitale producten is het gebruik van de oorspronkelijke frankering in de vorm van een postzegel achterhaald. De betalingscodering kan op een meer efficiënte wijze worden weergegeven. Je zou dat op zich als een uitdrukking van deze tijd kunnen zien, maar wanneer het daarbij zou blijven zou dat een enorme verschraling betekenen en zou de diversiteit van de verschijningsvormen van de postzegel verloren gaan. Met het verdwijnen van de postzegel zouden we een belangrijke ambassadeur voor de Nederlandse cultuur verliezen en het aanzien ervan verminderen.



Cijferzegels

Chris Lebeau
1926

Jan van Krimpen
1946-1957

Wim Crouwel
1976

Dennis Koot

De verzender is de belangrijkste vormgever van het schrijven en een goede zegel is de kers op de taart. Vorm zegt veel. Meer dan het standaard corps in een sms of mailtje.



Dennis Koot
Nederlandse Kabouters
2008

Paul Mijksenaar

Kan je zeggen dat 'postzegels moeten'? Het klinkt toch als een vergeefse reddingspoging van bedreigde diersoorten, de Nederlandse bankbiljetten van Ootje Oxenaar (gulden), kwakkelende boekwinkeltjes, het telegram, de telex, de accept-girokaart en verplichte postbezorging op maandag. Treuren straks alleen ontwerpers nog om de teloorgang van hun mooiste en meest eervolle opdracht, ook al is de betaling niet meer wat het ooit was en mag tegenwoordig iedere wereldburger bij postNL zijn eigen zegel ontwerpen?

De postzegel heeft zijn huidige benarde situatie ook een beetje aan zichzelf te danken door de belachelijke status die met name verzamelaars er aan toekenden. Een postzegelcollectie – mits compleet! – was een bezit voor het leven waar de erfgenamen reikhalzend naar uitzagen als vader of opa kwam te overlijden. Sommigen bewaarden hun verzameling zelfs in een kluis op de bank.

Vanaf het moment dat ik zelf mijn eerste postzegel mocht ontwerpen, koop ik bij een filatelistische middenstander af en toe mooie zegels – de meeste afkomstig uit Engeland en de USA waar geniale illustratoren werden ingeschakeld met adembenemend resultaten – maar waar een echte postzegelverzamelaar zijn neus voor optrok vanwege het ontbreken van een 'verzamelthema' en omdat geen enkel serie 'compleet' was (ik kocht immers alleen die zegels die ik mooi vond, serie of niet). Veel Nederlandse zegels werden gedomineerd door grafisch ontwerpers die mooie fotografie of illustraties maar storend vonden bij hun opdringerige typografie en 'dienstbaar ontwerpen' een vloek vinden.

Om de postzegel een kans te geven moeten we daarom het roer omgooien: de toekomstige postzegels moeten alleen nog maar beschouwd worden als kunstwerkjes die je voor een schijntje in handen kan krijgen of kan weggeven door ze op een willekeurig poststuk te plakken, ook al is deze al op andere wijze gefrankeerd. Met kunstwerkjes bedoel ik natuurlijk niet een Rembrandt of Van Gogh op schaal 1:150 maar een tekening die ook echt bedoeld is om 1:1 gereproduceerd te worden.

Bij deze kunstwerkjes horen digitale overzichtsboeken (iBooks) en filmpjes op YouTube waar achtergrondinformatie kan worden gevonden en ingezoomd waar nodig. Verder natuurlijk de gebruikelijke 'merchandise' zoals T-shirts en mokken.

De posterijen moeten zich realiseren dat wat Albert Heijn kan, zij beter kunnen: voetbalzegels in plaats van voetbalplaatjes die op elk servicepunt geruild kunnen worden.



Paul Mijksenaar
Zomerzegels
1991

Natuurlijk gefotografeerd of geïllustreerd door de beste fotograaf of tekenaar van Nederland. Daarna zorgt een grafisch ontwerper voor een adequate becijfering en belettering, zodat het een echte postzegel wordt. Ik denk dat er hoop is. . . .

Wim Crowel

Postzegels zijn altijd een afspiegeling van hun tijd

Bladerend door het album van Nederlandse zegels zie ik de tijd met z'n opvattingen aan me voorbijgaan.

Ik kom de eerste postzegel tegen die ik in 1963 heb ontworpen, 100 jaar internationaal postaal overleg, het was de tijd van het minimalisme. Meer dan een gesloten cirkel had ik niet nodig om de afgeronde eeuw weer te geven.

Zo is iedere ontwerper een kind van zijn of haar tijd.

Ook in de huidige periode, nu er steeds minder postzegels worden geplakt en ze klantgerichter moeten worden geëxploiteerd, is dat aan de zegels af te lezen.

Zolang er nog postzegels worden gedrukt zullen ze de tijd een spiegel voorhouden.



Wim Crowel
100 jaar Postaal overleg
1963

René Toneman/Silo Design

E-mails in arial-achtige letter. . . automatisch aangemaakte rekeningen in vensterenveloppen. . . Bulkmail. . . frankeermachines, zo kort mogelijk geschreven sms'jes etc. . . ja, allemaal van nu.

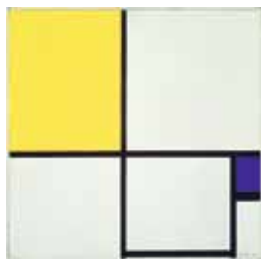
Maar waar is de spanning gebleven van een envelop of postkaart op de deurmat, met handgeschreven adressering en een rijtje gestempelde exotische postzegels uit een ver land waarvan je niet wist dat het bestond. (Zoals ik op 10-jarige leeftijd had bij de zegels op postkaarten van mijn tante uit Trinidad & Tobago). Een beetje nostalgie misschien. Maar de persoonlijke waarde die handgeschreven post met specifieke postzegel(s) bevat is nog niet geëvenaard in digitale communicatie media.



Rene van Raalte/Gert Dumbar
Introductie postcode
1978

Rudi Fuchs

De compositie (zoals Mondriaan ze noemde) begon, stel ik voor, met het slanke, zwarte kruis dat de witte ruimte van het vierkante doek geheel in beslag nam. De verticale lijn loopt iets links van het midden. Daarna volgde net onder het midden de horizontale lijn. Binnen de omtrek van het vierkant is hun kruising excentrisch: die plaatsing van het kruis maakt dat de ruimte in het vlak licht scheef wordt getrokken. Bovendien is de verticale lijn een fractie smaller dan de horizontale – die dan ook zwaarder oogt en daardoor onweerstaanbaar lijkt te werken als een horizon – meer nog als je langer ernaar kijkt. Dat de lijnen verschillend breed zijn, valt eerst nauwelijks op. Daar is tijd van kijken voor nodig, zoals ook voor het zien of het met de ogen wege van de deelvlakken waarin het vierkant door het kruis wordt verdeeld. Omdat het kruis uit het midden staat, met ook nog de zwarte lijnen zo verschillend breed, zijn de maten van die kwadranten allen ongelijk. Natuurlijk is er niet een van hen gewoon vierkant. Daarmee zet dat kruis, zogezegd, de toon in het vierkant: eerst lijkt het schilderij een serene compositie van overzichtelijke, rechthoekige vormen, maar geleidelijk aan beginnen we allerlei nerveuze *ongelijkheden* te ontwaren. Alle abstracte schilderijen van Mondriaan groeien zo: langzaam als een bloem die opengaat, in de tijd. Ik kijk naar dat onnavolgbare geschuifel, in de kleine ruimte van het vierkant, van haast onmerkbaar verschillen tussen vormen. De maar net ongelijke vormen allitereren met elkaar als woordklanken in een gedicht. Bijvoorbeeld: het grote witte vlak rechtsboven begint dan, wat zijn karakter betreft, op het vlak linksonder te lijken. Die wankele gelijkenis (tussen verwante vormen of versies van vorm) zou er ook zijn tussen het gele vlak en de kwadrant rechtsonder – als die niet was onderverdeeld in een groter vlak, geheel door zwart lijnen ingesloten, en een smaller vlak dat rechts overbleef dat vervolgens door een brede zwarte lijn horizontaal in twee ongelijke delen is gedeeld. Het bovenste daarvan, het blauwe, is ook het kleinste in de ambivalente compositie van vlakken – en raakt aan het grootste vlak rechtsboven. Als je vandaar, tegen de klok in, het verloop van de deelvlakken in het vierkant vervolgt, zie je ze, tot aan dat blauwe vlakje, steeds een fractie kleiner worden – terwijl ook hun vorm er steeds anders uitziet. Zo lijkt het vlak rechtsonder, omdat het door zwarte lijnen wordt omlijst, er ogenschijnlijk steviger en zelfs vierkanter uit dan de andere vlakken langs wier begrenzing maar ten dele zwarte lijnen lopen. Binnen de omlijsting van zwarte lijnen lijkt van dat vlak het wit net ook witter dan het andere wit in het schilderij. Bij het gele vlak, intussen, werkt de kleur, met maar een gedeeltelijke

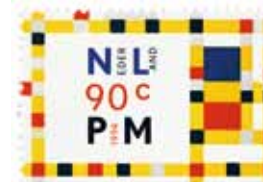


Piet Mondriaan
Compositie II
1929
Collectie
Boijmans van Beuningen

begrenzing door zwart, veel ruimtelijk en lichter. Het blauwe vlak is compact. Tussen dat gedrongen blauw en het licht stralende geel, hangt het zwartomrande vlak van wit. Als we daar terecht komen bij de bewegingen van de kleuren wordt wat we zien en ervaren (alles tegelijkertijd maar niet verwarrend) werkelijk onbeschrijflijk. Kijkend naar het schilderij kan ik me goed het passen en meten van de typograaf voorstellen om, in de kleine ruimte van de postzegel, een loepzuivere vormgeving te maken.

Walter Nikkels

Julius,
als typograaf word je, – helaas zou ik zeggen –, vaak de vraag gesteld, heeft het boek nog een toekomst! Die vraag ergert me intussen. Iedereen, – bijvoorbeeld –, mag je de vraag stellen, gelooft u nog in God, maar een dominee, een priester of zelfs de paus moet je zo'n vraag niet stellen. Juist bij deze laatste beroepsgroep, die der zielzorgers, weet je wel zeker, dat het antwoord zal zijn, natuurlijk bestaat God!
Wat moeten ze anders. Zo is het ook met de typografen. Vraag je ze naar de toekomst van het boek, – dan moeten ze wel ja zeggen.
Zo iets is het lijkt me ook met de postzegel, vraag je mij zonder mijn beroep te kennen, – zo maar op de man af, heeft de postzegel nog een toekomst? Dan moet ik bekennen, daar geloof ik niet in. Maar dat nu aan jou Julius te schrijven, die zoveel met postzegels en het mooie ontwerp ervan heeft, en dan ook nog ik zelf als ontwerper van enige Nederlandse en zelfs een Duitse postzegel, ik zou niet aan de toekomst van de postzegel durven twijfelen! En tegelijk denk ik, toch nog niet zo heel lang geleden waren ze er nog niet, eerst vanaf 1852 dus, althans in ons land, het gedrukte boek was er in ieder geval al vanaf zo ongeveer 1455 en kan zo – en ook om andere redenen – bogen op meer bestaansrecht. Ik geloof, dat nu de postzegel, z'n bewijsvoering van de betaling van de kosten voor de bezorging heeft verloren, het een beetje een artificieel plaatje is geworden en wat de thema's betreft, die zijn ook allemaal wel eens aan bod gekomen. Daarmee is dat aspect van het onder de aandacht brengen van bijvoorbeeld goede doelen ook al niet meer opportuun.
Want eigenlijk, moet ik ook bekennen – zie ik ook zelden of nooit meer een postzegel, zeker nu in Dordrecht er al enige tijd, helemaal geen postkantoor meer is!
Maar het ergste teken van verval van de postzegelcultuur is, dat de zegel z'n perforatie (tanding) dreigt te verliezen. De eerste



Walter Nikkels
Mondriaanpostzegels
1994

Nederlandse postzegel uit 1852 had ook geen perforatie, maar daarna werd een zegel eerst door z'n perforatie een echte postzegel.

Dit effect is zo sterk dat, druk een perforatie om welke afbeelding dan ook, en je denkt, het is een postzegel!

In zijn hele geschiedenis is de zegel dus pas een postzegel vanaf het moment van perforatie.

De mooie geperforeerde ontwerpvelletjes, nog onschuldig wit, die je werden verstrekt als je de opdracht voor een nieuwe postzegel kreeg, – ik heb er nog een paar en kan ze nog steeds niet weggooien. Een soort Schoonhoven's zijn het, of een ZERO document.

De laatste tijd zie ik allerlei andere of helemaal geen perforaties meer, dat is het einde van de postzegel!

Julius ik had het graag anders gezien, maar de postzegel heeft heeft mijn inziens zijn betekeniswaarde in de samenleving verloren!

Gegroet, Walter Nikkels

Jochem Leegstra, ... ,staat creative agency

De magie van de postzegel.

Nederland heeft zijn grafische vormgeving en toegepaste kunst internationaal goed weten neer te zetten met twee belangrijke media: het papieren geld en het magische mini-papiertje, de postzegel.

Reizende media zijn het, waardepapieren met een creatieve meerwaarde.

Bewust of onbewust kent iedereen nog de vormgeving van ons papieren geld.

De vuurtorens, zonnebloemen en het oude blauwe tientje van Oxenaar...

Dit alles voor de komst van het emotieloze Eurobiljet natuurlijk.

Diezelfde Ootje Oxenaar was daarna opdrachtgever, bij de – toen nog – PTT.

Iedereen kent nog wel een aantal postzegels uit die tijd uit z'n hoofd. Ik herinner me nog het best de minimale, dubbele kleurverloopzegel van Wim Crouwel.

Ontworpen in 1976, met een eigen lettertype, jarenlang gebleven als dé postzegel.

Toen, als kind, vond ik ze saai.

Nu is het al jaren één van mijn favoriete tijdloze zegels,



Wim Crouwel
Cijferzegels
1976

vooral de zacht grijze 5 en de hardblauwe 10 cent...

We missen al één medium, ons geld.

Gelukkig hebben we nog de postzegels!

Laten we die nu voor ons houden...

Leve de magie van de postzegel.



Colofon

Concept
Julius Vermeulen en David Quay

Ontwerp
David Quay FISTD BNO

Redactie
Saskia van der Weide

Lettertype
Foundry Origin Regular en Bold

Papier
Soporset premium offset
omslag 170 gr/m²
binnenwerk 120 gr/m²

Productie
Lenoirschuring, Amstelveen

Afwerking
Voetelink, Haarlem

Uitgave
september 2012
oplage 2000

Meer informatie
www.iconenvandepost.nl
www.davidquaydesign.com
www.foundrytypes.co.uk
www.lenoirschuring.com
www.vouwblad.com

